

MENCERMATI KONSEP BUSSINESS INTELIGENT DI PERUSAHAAN

Felix Gunawan ^{*)}

This article describes the advantages of applying the business intelligent concept into a company's divisions such as Human Resource Management (HMR), Research and Development (R&D), Just In Time Distribution, and Customer Relationship management (CMR).

Teknologi yang Membentuk Kembali Tata Ekonomi Global

Teknologi terus membentuk kembali tata ekonomi dan mengubah pola bisnis serta perilaku konsumen. Ini lebih dari sekedar e-commerce (mengelektronikkan dunia usaha), e-mail (mengelektronikkan surat-menyurat), e-trade (mengelektronikkan transaksi), atau e-files (mengelektronikkan pengarsipan). Semua peluang ekonomi juga dielektronikkan.

-William Daley, Menteri

Perdagangan AS

Konsep *bussiness intelligent* disebut juga kecerdasan bisnis. Konsep ini merupakan penerapan dari konsep *artificial intelligent* pada *company intelligent*. Konsep ini merupakan salah satu yang wajib dilakukan oleh semua perusahaan *multi nasional company* untuk dapat mempertahankan penguasaannya atas perdagangan skala dunia ataupun skala negara. Suatu konsep yang wajib dipelajari oleh setiap pengusaha lokal Indonesia yang hendak bergerak menjadi perusahaan berskala nasional. Juga wajib bagi pengusaha nasional yang hendak mempertahankan *market share* menjelang AFTA.

Pada dasarnya konsep *bussiness intelligent* bukan hanya *e-commerce*, *e-mail*, *e-trade*, atau *e-files*. Konsep ini merupakan suatu upaya melibatkan keseluruhan potensi dari PC dan internet untuk mengembangkan secara total kecerdasan perusahaan. Kecerdasan perusahaan adalah sesuatu yang dikatakan Jack Welch sebagai suatu keunggulan kompetitif yang tertinggi. *Bussiness intelligent* secara umum diterapkan di bidang HRM, R&D, distribusi, CRM, dan yang terpenting *knowledge management*.

HRM?

Pelibatan konsep *bussiness intelligent* di bidang *human resource management* disebut sebagai *intelligent HRM*. Konsep ini bukan hanya mengotomatisasi pemindahan karyawan antar cabang atau antar departemen, tetapi dapat mengatur pelatihan apa saja yang diperlukan oleh karyawan. Juga mengotomatisasi hampir semua pekerjaan *human resource management* hingga 90

*) Coordinator of Artificial Intelligent Laboratory, Informatics Engineering, Bandung Institut of Technology (ITB)

persen. Hal inilah yang telah dilakukan oleh General Motor untuk mengolah 8500 karyawannya. Bahkan pemakaian konsep *intelligent HRM* merupakan salah satu kunci dari keberhasilan Sostro dalam menguasai 80 persen pasar minuman ringan di Indonesia. Hal ini dituturkan Peter Soegiharto, komisaris Sostro.

Bussiness inteligent juga telah banyak dipakai di bidang R&D. Penggunaan konsep *Bussiness inteligent* oleh Boeing bahkan telah berhasil menekan kesalahan dalam pengembangan pesawat penumpang masa depan, boeing 777 hingga 50 persen. Juga berhasil memangkas 30 hingga 40 persen biaya pembuatan pesawatnya. Salah satu contoh lain dari penerapan *bussiness inteligent* di bidang R&D adalah perusahaan Kalbe Farma, sebuah perusahaan farmasi nasional. Dengan *bussiness inteligent*, Kalbe Farma telah berhasil menjadi perusahaan yang patut diperhitungkan di skala Asia Tenggara. Kunci penerapan *bussiness inteligent* di bidang R&D adalah penggunaan basis data yang dapat diakses oleh semua orang di perusahaan untuk menyimpan hasil-hasil penelitian. Penerapan *bussiness inteligent* telah menurunkan anggaran uji coba hingga hanya sepertiganya, komentar Eileen Murph, direktur senior Nabisco.

Just in time merupakan suatu konsep distribusi yang sangat populer saat ini. Menurut SWA, *just in time* merupakan salah satu sebab utama mengapa Cina dapat menjadi salah satu raksasa industri dunia. Cina dapat menerapkan *just in time* karena semua pabriknya berlokasi di tempat-tempat yang sangat berdekatan. Namun dengan penerapan *bussiness inteligent*, konsep *just in time* bukan hanya milik Cina. Penerapan *bussiness inteligent* memperbolehkan konsep *just in time* diterapkan pada perusahaan lintas benua seperti yang dilakukan oleh perusahaan

Boeing, yaitu pengiriman bahan baku pesawat antar Jepang-Amerika.

Bahkan konsep *just in time* dapat diterapkan di skala dunia dengan penerapan *bussiness inteligent*. Aplikasi memungkinkan Mark&Spencer bekerja sama dengan lebih dari 300 pabrik busana. Pemasok busana bekerja berdasarkan teknik *just in time*. Mereka memasok dalam jumlah lebih sedikit pada awalnya, kemudian menyesuaikan produksi berdasarkan penjualan aktual. Contoh lain yang paling aktual dan fenomenal dari *Just in time* dengan penerapan *bussiness inteligent* adalah pada Dell Company. Dengan adanya *bussiness inteligent*, Dell tidak memerlukan ruang penyimpanan yang besar untuk menyimpan komponen-komponen komputer. Hal ini berakibat harga komputer Dell yang hampir tidak dapat disaingi oleh perusahaan perakitan komputer manapun di Amerika Serikat.

Customer Relationship Management (CRM), suatu konsep populer lain yang sangat terbantu dengan adanya *bussiness inteligent*. CRM adalah konsep marketing yang sangat populer. Konsep ini menitik beratkan pada kepuasan konsumen. Dengan *bussiness inteligent*, Mark&Spencer dapat memberitahu pelanggannya yang menyukai busana-busana karya perancang tertentu ketika ada model baru yang datang dari perancang itu.

Konsep CRM berbasiskan *bussiness inteligent* inilah rahasia terbesar dari sukses fenomenal dari Amazon. Dengan *bussiness inteligent* pada CRM, Amazon dapat memberikan layanan pada pelanggan sesuai dengan kepribadian pelanggan. Seakan ketika pelanggan memasuki situs Amazon, pelanggan langsung menemui seorang pelayan pribadi yang hafal diluar kepala nama pelanggan, tanggal ulang tahun pelanggan, pengarang, ataupun jenis buku kesukaan

pelanggan. Pelayan tersebut juga mengetahui abstraksi dan peringkat dari semua buku yang dijual di dunia. Bahkan pelayan tersebut dapat memberikan bonus-bonus tergantung seberapa sering pelanggan berbelanja di situs tersebut.

Knowledge management

Terlepas dari beberapa keuntungan penerapan *bussiness inteligent*, sesungguhnya keunggulan utama dari penerapan konsep tersebut adalah adanya *knowledge management*. *Knowledge management* memungkinkan semua karyawan mengetahui apa yang terjadi di dalam perusahaan. Terlepas dari apakah kejadian tersebut terjadi di kota lain, pulau lain, benua lain, ataupun belahan dunia lain.

Salah satu contoh terbaik dari *knowledge management* adalah yang telah diterapkan oleh Coca-Cola Company. Coca-Cola Company mengelola perusahaan bisnis yang membuat empat dari lima minuman ringan paling laku di dunia. Kira-kira dua pertiga penjualan Coca-Cola dan hampir 80 persen labanya diperoleh dari pasar internasional. Coca-Cola mempunyai lebih dari 160 merek minuman yang mencakup jus, teh, kopi, minuman olahraga, dan minuman berbahan dasar susu yang dijual hampir ke setiap negara di dunia.

Seorang perencana di Zimbabwe yang ingin memperoleh gambaran tentang cara terbaik menjual Sprite di negaranya mungkin dengan adanya *knowledge management* menemukan bahwa seorang pemasar Coca-Cola di Thailand telah meluncurkan produk yang sama untuk produk yang sama enam bulan lampau. Perencana di Zimbabwe itu dapat mengkaji ulang hasil-hasil pemasaran terdahulu, bahkan meng-*e-mail* perencana di Thailand untuk membahas hal-hal penting.

Lebih jauh lagi, *knowledge management* bahkan dapat membantu Coca-Cola yang ingin memahami mengapa orang di Bronx minum hanya separuh jumlah Coca-Cola yang dikonsumsi oleh orang Seaten Island. Atau memperbandingkan konsumsi Coca-Cola di Prancis dengan konsumsi di Belgia. Hal ini dapat dilakukan oleh bagian pemasaran dengan mempergunakan peranti analitisnya, Information For Marketing, atau Inform, untuk memeriksa data itu.

Knowledge management bahkan telah dipraktekkan oleh Nobisco dalam HRM. *Performance review* “360 derajat” adalah nama dari sistem HRM Nobisco yang menerapkan *knowledge management*. Pada sistem ini, setiap karyawan harus bersedia menerima kritik dari setiap orang di sekeliling mereka. Jika ada yang tidak mau berbagi informasi atau tidak memanfaatkan informasi orang lain, kenyataan tersebut akan tampak dalam *job review*.

Hal lain dari *knowledge management* adalah penyimpanan data secara digital. Hal ini menjadi sangat terlihat penting sejak terungkap sebuah kasus dari Microsoft. Seperti diketahui, beberapa tahun yang lalu Microsoft kehilangan beberapa cetak biru untuk bangunan yang sudah ada di kampus Redmont. Cetak biru tersebut diperlukan sebagai acuan untuk tahapan konstruksi berikutnya. Ternyata cetak biru hampir lenyap tak berbekas. Dengan penelusuran ala detektif, dapat diketemukan bahwa ternyata cetak biru tersebut ada di salah satu konsultan listrik. Sesungguhnya, ialah satu-satunya orang di dunia yang menyimpan denah semua bangunan Microsoft. Belajar dari pengalaman, Microsoft kemudian menyimpan secara digital semua pengetahuan yang telah ada sejak dua puluh tahun konstruksi.

Masyarakat tradisional sering menggantungkan diri pada satu atau dua orang untuk mengingat sejarah atau tradisi kelompok mereka. Organisasi modern membutuhkan cara yang lebih baik untuk mencatat pengetahuan mereka. Oleh karena itu sistem *knowledge management* sangat dibutuhkan.

Singkat cerita, konsep *bussiness intelligent* atau kecerdasan bisnis yang merupakan penerapan dari konsep *artificial intelligent* pada *company intelligent* adalah kunci dari sekian banyak rahasia keberhasilan perusahaan dunia ataupun nasional. Hal ini dikarenakan banyak dari konsep populer seperti *intelligent HRM*, *R&D*, *just in time distribution*, *CRM*, dan *knowledge management* berintikan pada konsep *bussiness intelligent*. Bila semua bidang dalam perusahaan telah dimasuki konsep *bussiness intelligent* seperti *intelligent HRM* pada bidang HRM, *R&D* pada bidang pengembangan produk, *just in time distribution* pada bidang distribusi produk, *CRM* pada bidang hubungan konsumen, dan *knowledge management* untuk hubungan internal perusahaan, maka masih adakah bidang lain dalam perusahaan yang tidak dapat memakai konsep *bussiness inteligen*? Dan terlebih lagi bila pemakaian konsep tersebut telah terbukti menjadi rahasia keberhasilan dari semua perusahaan dunia, mengapa perusahaan anda tidak menggunakannya?

<http://www.boeing.com/>

<http://www.gm.com/>

<http://www.nabiscoworld.com/default.aspx>

REFERENSI

Gates, Bill; *Bussiness a the Speed of Thought*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta: 2001

Swa, 10/XXI/ 2005 hal 44

<http://www.coca-cola.com/index-b.html>

<http://www.cokecce.com/src/lib/index.html>

<http://www2.marksandspencer.com/thecompany/>

<http://www.marksandspencer.com/>